

ПРАГМАТИКА ТОПОНИМОВ В СТРУКТУРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОНИМОВ

Драздович Е.И.,

*студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Шаколо А.В., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова: фильмоним, топоним, прагматика, ойконимы, прецедентные топонимы, хоронимы, кинодискурс.

Название фильма является ключевым элементом, формирующим интерес зрителя, так как в сжатой форме передает основную тему произведения. Для обозначения названий фильмов в лингвистике используется специальный термин «фильмоним», интерпретируемый как «высказывание, репрезентующее ситуацию, смоделированную фильмом, ее закодированный образ» [1, с. 125]. Особый научный интерес представляет анализ языковых единиц, входящих в структуру фильмонимов. К числу таких единиц относятся топонимы, которые, как правило, информируют зрителя о том, где именно происходят те или иные события.

Актуальность работы определяется несколькими факторами. Во-первых, данный лексический пласт остается недостаточно изученным, а его постоянное пополнение новыми единицами создает потребность в научной классификации. Во-вторых, в современной лингвистике наблюдается устойчивый интерес к исследованию слов с пространственной и временной семантикой, а также к анализу прагматического потенциала имен собственных. Однако если антропонимы в этом отношении описаны достаточно полно, то топонимы, несмотря на их активное присутствие в кинематографической номенклатуре последних десятилетий, остаются малоизученными с точки зрения комплексной типологии и лингвистического анализа.

Целью исследования является систематизация и анализ функционирования топонимов в структуре англоязычных фильмонимов с последующим выявлением их прагматических функций в кинодискурсе.

Материал и методы. Материалом исследования послужил корпус из 60 англоязычных фильмонимов, содержащих топонимический компонент. Отбор материала был осуществлен методом сплошной выборки на платформе «Кинопоиск» за период с 2010 по 2025 гг. В работе использовались следующие методы: сравнительно-сопоставительный, описательный, а также метод количественного анализа.

Результаты и их обсуждение. Топонимы представляют собой отдельный разряд онимов – географические названия. Их основное назначение состоит в том, чтобы дать имя собственное природному или антропогенному объекту на Земле, обеспечивая его выделение из ряда однородных географических предметов. Вследствие этого адресная функция считается для топонима ключевой, поскольку она позволяет локализовать именуемый объект в пространстве.

Топонимическая лексика, функционирующая в составе фильмонимов, неоднородна и подлежит внутренней типологии в зависимости от характера репрезентируемого географического объекта. В качестве базовой для нашего исследования была принята классификация А.В. Суперанской, выделяющей такие классы, как ойконимы (названия населенных пунктов), гидронимы (водные объекты), оронимы (формы рельефа), а также урбанонимы (названия внутригородских объектов), включающие годонимы (названия улиц), агоронимы (название площадей) и дромонимы (названия путей сообщения) [2]. Однако с целью более полного охвата материала данная типология была расширена за счет добавления хоронимов (названия стран, регионов и иных обширных территорий) и инсулонимов (названия островов и архипелагов), что позволило адекватно классифицировать весь выявленный корпус единиц.

Проведенный количественный анализ подтвердил продуктивность как базовых, так и дополнительных классов. Наиболее репрезентированным типом в исследованной выборке оказались ойконимы (45%), выполняющие функцию прямой локализации места действия: *Copenhagen* (2014); *Palm Springs* (2020); *Belfast* (2021); *Amsterdam* (2022); *LaRoy, Texas* (2023); *Nuremberg* (2025). Прагматика таких названий часто связана с созданием конкретного географического или историко-культурного фона. Менее частотными являются хоронимы (20%), которые, обозначая более крупные и часто культурно нагруженные территории, задают более широкий контекст: *A Field in England* (2013); *The Trip to Spain* (2017); *Made in Italy* (2020). Гидронимы (12%): *Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides* (2011); *Shimmer Lake* (2017); *Caddo Lake* (2023) и инсулонимы (10%): *Archipelago* (2010); *Island of Lemurs: Madagascar* (2014); *Greenland* (2020); *Fire Island* (2022) в структуре фильмонима часто приобретают символическое значение, маркируя пространство как изолированное, опасное или сакральное. Урбанонимы (8%): *The Wolf of Wall Street* (2013); *White House Down* (2013); *10 Cloverfield Lane* (2016); *Hotel Mumbai* (2018) и оронимы (5%): *Everest* (2015); *Dune* (2021) служат для обозначения специфических, часто уникальных локаций, несущих ключевую сюжетную или метафорическую нагрузку. Примечательно, что в рамках данного исследования агоронимы и дромонимы не были выявлены, что может свидетельствовать об их меньшей релевантности для кинематографической номинации в силу своей узкой специализации.

Особый интерес представляют случаи топонимической композиции, когда фильмоним объединяет элементы разных классов. Например, название *Hyde Park on Hudson* (2012) синтезирует ойконим (район Лондона – *Hyde Park*) и гидроним (река – *Hudson*). Подобная комбинация выполняет функцию гиперлокализации, уточняя место действия и добавляя семантическую глубину названию.

В рамках исследования была также учтена семиотическая классификация Ю.Н. Подымовой, которая подразделяет топонимы на

отсылающие к реальному географическому пространству и к пространству ирреальному, вымышленному [1].

Анализ материала демонстрирует количественное доминирование реальных топонимов (90%). Помимо уже упомянутых примеров, к этой категории относятся названия, апеллирующие к конкретным географическим объектам, часто обладающим значимым историко-культурным потенциалом: *Pompeii* (2014); *Dunkirk* (2017). Особую подгруппу составляют библейские топонимы. Например, ороним *Calvary* (2013) (Голгофа) и ойконим *Journey to Bethlehem* (2023) (Вифлеем) актуализируют в названии не только географическую, но и глубокую религиозно-символическую семантику, задавая зрителю определенные смысловые ожидания. В противоположность этому, категория вымышленных локаций (10%) демонстрирует высокую семиотическую значимость, так как подобные топонимы: *Alice in Wonderland* (2010), *Imaginaerum* (2012), *Elysium* (2013), *Asteroid City* (2023), *Tomorrowland* (2015) – конструируют целые альтернативные миры, фантастические вселенные непосредственно в самом названии. Искусственный топоним *The Grand Budapest Hotel* (2014), стилизованный под реальный, подчеркивает искусственность и абсурдность изображаемого мира.

Особый интерес представляет фильмоним *La La Land* (2016), в котором одновременно реализуются как реалистичная, так и вымышленная составляющие. С одной стороны, название отсылает к реальному месту – это идиоматическая аллюзия к городу Лос-Анджелес (часто сокращенно LA), столице американской киноиндустрии и музыки. С другой стороны, лексема *La La Land* является фразеологизмом, обозначающим состояние мечтательности, оторванности от реальности, «мира грез». В контексте фильма этот компонент значения проецируется на внутренний мир персонажей, их романтические и творческие устремления.

Прецедентные топонимы, тесно связанные с феноменом метафоры, отсылают к широко известным текстам или ситуациям. Их основная прагматическая функция заключается в способности выступать узнаваемым культурным кодом и смысловым концентратом, поскольку они позволяют в максимально сжатой и емкой форме выразить «признаки, вербализация которых представляется чрезвычайно многословной, громоздкой или расплывчатой и не может быть выражена достаточно четко» [3, с. 112]. Фильмоним *Babylon* (2022) является классическим примером прецедентного топонима, отсылающего к библейской легенде о Вавилонской башне. В фильме эта метафора раскрывается многогранно: с одной стороны, она подчеркивает конфликт и непонимание между разными культурами (американцами, мексиканцами, арабами, японцами), с другой – утверждает возможность преодоления этого барьера через взаимопомощь и человечность, которые становятся универсальным языком.

Заключение. Проведенное исследование позволило систематизировать топонимический компонент в англоязычных фильмонимах на

основе расширенной классификации, выделив доминирующие (ойконимы, хоронимы) и менее частотные типы (гидронимы, инсулонимы, урбанонимы, оронимы). Анализ их функционирования выявил ключевые прагматические функции: от прямой пространственной локализации и создания историко-культурного фона до сложной семиотизации, метафоризации и конструирования прецедентных смыслов. Прагматический анализ топонимов подтвердил, что они служат в кинодискурсе не только указателями места, но и мощными инструментами смысловой концентрации, жанрового маркирования и коммуникативного воздействия на аудиторию.

1. Подымова, Ю. Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах : дис. ... канд. филол. наук : специальность 10.02.01 «Русский язык» / Подымова Юлия Николаевна ; Адыгейский государственный университет. – Майкоп, 2006. – 205 с.

2. Суперанская, А. В. Что такое топонимика? / А. В. Суперанская. – Москва : Наука, 1984. – 182 с.

3. Гудков, Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков. – Москва : Гнозис, 2003. – 286 с.

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Дубик Д.Д.,

*студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Алимпиева Е.В., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова: лексико-стилистические средства, иронический смысл, юмористический эффект, художественный прием.

Ироническое оценивание становится необходимым для правильного понимания и переосмысления лингвистических идей авторов иронических произведений, в целом, и для адекватной интерпретации иронического контекста в художественном тексте повести О. Генри «Короли и капуста» / О. Henry «Cabbages and Kings», в частности.

О. Генри не использует сложные обороты, его стиль строится на простых предложениях, но при этом каждое слово попадает в читателя. При этом в свои тексты О. Генри вкладывает очень много иронии.

Актуальность обусловлена необходимостью изучения лексико-стилистических средств актуализации юмористического эффекта, способствующего адекватному восприятию художественного текста и позиции его автора, созданию эмоциональной связи с читателем. На актуальность выбранной темы указывает еще и то, что феномен иронии, несмотря на свою распространенность и долгую историю, до сих пор остается малоизученным.